

DAFTAR PUSTAKA

- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Lie, Christian, E. M., & Wijaya, L. S. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran. *Public Relations Jorunal*, 01(02).
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu, 0274.
- Moleong, Lexy. J. 2005. *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 20. In Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana. (2017). *Manajemen Pemasaran*. University Mulawarman.
- Nasrullah, R. (2018). *Riset Khalayak Digital : Perspektif Khalayak Media Dan Realitas Virtual Di Media Sosial*. R
- Rismayanti, P. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 5(1).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. In Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Tasnim, dkk. *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.

Sumber Lain :

- Aprilya, Trias. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *Jurnal. e-Journal Ilmu Komunikasi*. Vol 5 (1).
- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara. 2006. *Marketing Communication Taktik dan Strategi*. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia).

Kurniawan, Puguh. 2017. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. *Jurnal. Kompetensi*, Vol 11, No 2, Oktober 2017.

Mubarok, Isnan Ramadhan. *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Online shop Laila Branded Ponorogo)*. Skripsi. 2021. Jurusan Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Said Abadi, Lc., M.A.

Ramadhan, Fadli Harisa. 2017. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mr.Creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal. JOM FISIP* Vol. 4 No. 2 – Oktober 2017.

Wardoyo, Intan Andini. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma, Daya Saing. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya* Vol. 19, No. 1, Juni 2017.

Dewi, Riza Ciptaning Puspita. 2020. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Kasus Pemasaran Produk Pada Akun Instagram @Homedia.id). Skripsi. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing Dr. Ahmad Choirul Rofiq, M.Fil.I.

Dianastuti, Wafda Afina. 2015. Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi Kuliner Kota Semarang (Studi Kasus pada Komunitas Online @jakulsemarang). Skripsi. Semarang. Universitas Diponegoro.

<https://pakarkomunikasi.com/teori-komunikasi-pemasaran>

<https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/09/24/teori-penelitian/>